

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini perkembangan dunia sudah begitu canggih, yang salah satunya ditandai dengan kemajuan teknologi dan transportasi. Berbicara tentang transportasi saat ini sudah begitu banyak perubahan dan kemajuan yang terjadi, mulai dari transportasi darat, laut maupun transportasi udara. Dengan adanya perkembangan tersebut, maka meningkat pula kebutuhan, keinginan, kenyamanan, cepat dan keamanan. Kebutuhan yang dimaksud ialah yang diinginkan oleh seseorang ketika akan melakukan penerbangan melalui maskapai Garuda Indonesia. Di Indonesia terdapat beberapa maskapai penerbangan seperti yang ada di tabel berikut ini :<sup>1</sup>

**Tabel 1.1**

*Daftar Maskapai Penerbangan Di Indonesia*

<b>No</b>	<b>Nama Maskapai</b>	<b>Tahun</b>
1.	Garuda Indonesia	1949
2.	Lion Air	2000
3.	Citylink AirLines	2012
4.	Batik Air	2013

---

<sup>1</sup>[Sekolahpramugari.id/daftar-maskapai-penerbangan-di-indonesia.html](http://Sekolahpramugari.id/daftar-maskapai-penerbangan-di-indonesia.html) (Di akses 11 Februari 2017)

Dari tabel di atas, kita sudah bisa melihat bahwa maskapai penerbangan Garuda Indonesia merupakan maskapai tertua dan yang pertama di Indonesia dibandingkan dengan maskapai lainnya. Maskapai Garuda Indonesia juga mulai di operasikan pertama kali di dunia Penerbangan pada tanggal 25 Desember 1949.

Maskapai Garuda Indonesia juga menjadi salah satu maskapai penerbangan yang paling banyak diminati oleh banyak orang. Maskapai penerbangan Garuda Indonesia juga merupakan *brand* yang telah diakui di pasar domestik. Berikut ini beberapa penghargaan yang didapatkan oleh maskapai Garuda Indonesia.<sup>2</sup>

**Tabel 1.2**

*Penghargaan Yang Di Raih Maskapai Garuda Indonesia*

<b>No</b>	<b>Penghargaan</b>	<b>Tahun Penghargaan</b>
1.	<i>Customer Statification Award</i> yang diberikan oleh Frontier Consulting dan majalah SWA	2009
2.	<i>Airline Of The Year 2009</i> yang diberikan oleh majalah angkasa	2009
3.	World's Most Iproved Airline oleh Sky Trax	2010
4.	Indonesian's Most Admired Company dan The Best in building and Managing Corporate Image yang diberikan oleh Bloombreng Business Week	2010

Penghargaan yang didapatkan oleh maskapai Garuda Indonesia bisa dijadikan Salah satu alasan cara meningkatkan suatu kepuasan pelanggan maskapai Garuda

Indonesia. Dengan begitu banyak penghargaan yang telah diperoleh oleh maskapai Garuda Indonesia maka akan mampu mempengaruhi orang banyak untuk memilih maskapai Garuda Indonesia sebagai maskapai penerbangan yang baik yang ada di Indonesia dan mampu menerapkan suatu program yang diinginkan oleh orang banyak atau pelanggan maskapai Garuda Indonesia.

Program yang telah berhasil diterapkan oleh pihak Garuda Indonesia ialah suatu program *GarudaMiles*. Dalam program *GarudaMiles* tersebut terbagi atas beberapa tingkatan kategori seperti:

- 1) GarudaMiles Regular
- 2) GarudaMiles Junior
- 3) Excecutive Card Plus (EC Plus)

Dimana masing-masing Member Card memiliki syarat dan metode penggunaan yang berbeda-beda. Kategori *GarudaMiles* Regular dan *Excecutive Card Plus* (EC Plus) di peruntukan untuk anggota yang berumur 12 tahun ke atas (Dewasa) sedangkan untuk kategori *GarudaMiles* Junior diperuntungkan untuk anggota yang berumur 12 tahun ke bawah (Anak-Anak). Dari beberapa tingkatan kategori yang ada di atas terbagi lagi kedalam beberapa jenis tingkatan kategori Member Card yang telah disediakan oleh pihak Garuda Indonesia yaitu:

- 1) Kategori Blue
- 2) Kategori Silver
- 3) Kategori Gold
- 4) Kategori Platinum

Kategori Member Card yang ada di atas merupakan bagian dari penerapan Program *GarudaMiles* maskapai Garuda Indonesia. Salah satu tujuan dari penerapan program tersebut, program ini juga bertujuan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan maskapai Penerbangan Garuda Indonesia sehingga memiliki hubungan dan citra yang baik dimata masyarakat, terutama bagi mereka yang sudah menjadi pelanggan dan yang menjadi anggota *GarudaMiles* maskapai penerbangan Garuda Indonesia. Dengan begitu pelanggan atau anggota *GarudaMiles* yang sudah terdaftar ketika akan melakukan penerbangan kemana yang mereka akan tuju maka secara otomatis mereka tidak akan lagi memilih penerbangan lainnya kecuali maskapai penerbangan Garuda Indonesia.

Menurut In selaku pegawai maskapai Garuda Indonesia Seseorang sebagai anggota yang sudah terdaftar sebagai Member *GarudaMiles*, khususnya bagi anggota member Gold *GarudaMiles* maksimal melakukan penerbangan sebanyak 30 kali dalam setahun. Adapun anggota member Gold *GarudaMiles* pasti akan berharap mendapatkan banyak keuntungan ketika sudah menjadi member tersebut. Sesuai dengan data yang peneliti dapatkan dari pihak kantor Garuda Indonesia menjadi member *GarudaMiles* itu bisa mendapatkan banyak keuntungan salah satunya fasilitas yang telah disediakan oleh pihak maskapai penerbangan Garuda Indonesia

serta banyak keistimewaan dan bonus yang didapatkan oleh setiap member *GarudaMiles* sesuai dengan tingkatan kategori yang dimiliki oleh anggota tersebut.<sup>3</sup>

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Penerapan Program Loyalitas Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan** ” (Sebuah Studi Pada Keanggotaan Member Gold *GarudaMiles* Maskapai *Garuda Indonesia* Di Universitas Negeri Gorontalo Periode 2015 & 2016)

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dengan melihat latar belakang diatas maka penulis dapat merumuskan masalah tentang “**Bagaimana Penerapan Program Loyalitas Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan ?**”(Sebuah Studi Pada Keanggotaan Member Gold *GarudaMiles* Maskapai *Garuda Indonesia* Di Universitas Negeri Gorontalo Periode 2015 & 2016)

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pokok permasalahan yang ada, maka peneliti ini bertujuan untuk mendeskripsikan Penerapan Program Loyalitas Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Maskapai *Garuda Indonesia*.

---

<sup>3</sup> Wawancara dgn Iin.Y.Laoh tanggal 28 november 2016

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Selain ada tujuan yang kita capai, penulis berharap penelitian ini bermanfaat bagi banyak pihak, hasil akhir dari penelitian ini kiranya bermanfaat sebagai berikut:

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Memperkaya pelaku khususnya program Studi Ilmu Komunikasi dalam Teori dan Kajian Tentang Penerapan Program Loyalitas Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Maskapai Garuda Indonesia.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Sebagai sumbangan dan menjadikan masukan untuk pihak Garuda Indonesia dalam meningkatkan kinerja atau penerapan program agar lebih baik lagi dimata pelanggan terutama bagi member platinum, dan mengetahui kekurangan dan kelebihan program *GarudaMiles* Maskapai Garuda Indonesia dimata pelanggan.